

Pengaruh Budaya Pop Korea terhadap Gaya Hidup Remaja di Kota Denpasar, Bali

Ni Made Febriana Sara Dwiyantri¹, Ida Bagus Gde Pujaastawa², Ida Ayu Alit Laksmiwati³,

Program Studi Antropologi Universitas Udayana

Email : febrianasara99@gmail.com¹, guspuja@gmail.com², alitlaksmiwati@gmail.com³

Article History:

Received: 07 Februari 2023

Revised: 11 Februari 2023

Accepted: 12 Februari 2023

Keywords: Korean Wave,
Budaya Pop Korea, Gaya Hidup,
Remaja

Abstrak: Fenomena menyebarnya budaya pop Korea dikenal dengan istilah Korean Wave atau Hallyu. Berbagai macam produk budaya pop Korea, mulai dari drama hingga musik pop Korea (K-Pop) digemari oleh masyarakat di seluruh dunia, dan tak terkecuali para remaja di Kota Denpasar. Penelitian ini bertujuan untuk 1) mengetahui faktor yang memengaruhi remaja di Kota Denpasar dalam mengonsumsi budaya pop Korea, 2) menjelaskan gaya hidup remaja di Kota Denpasar sebagai penggemar budaya pop Korea. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif interpretatif dan pengumpulan data dilakukan dengan teknik observasi, wawancara, studi kepustakaan, dan studi dokumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mobilitas spasial antarnegara, teknologi multimedia, investasi perusahaan asing, dan ideologi konsumerisme menjadi faktor-faktor yang memengaruhi remaja di Kota Denpasar dalam mengonsumsi budaya pop Korea. Selain itu juga menunjukkan adanya beberapa aktivitas yang berkaitan dengan fansirling sebagai gaya hidup para remaja penggemar budaya pop Korea di Kota Denpasar.

PENDAHULUAN

Secara umum budaya populer memiliki artian sebagai budaya yang digemari oleh banyak orang. Di zaman globalisasi ini terdapat banyak jenis budaya populer yang melanda dunia dan salah satunya ditunjukkan oleh kehadiran budaya populer asal Korea Selatan yang dikenal dengan istilah *Korean Wave* atau *Hallyu*. *Korean Wave* merupakan sebuah istilah yang digunakan untuk menyebut gelombang penyebaran budaya Korea ke berbagai negara di dunia termasuk Indonesia. Berdasarkan pengertian di atas menurut Robertson (dalam Simbar, 2016)

Korean Wave dapat dikategorikan sebagai suatu fenomena globalisasi. Produk budaya pop Korea ini memiliki banyak jenis, diantaranya film dan drama (K-Drama), musik (K-Pop), kosmetik dan *skincare* (K-Beauty), makanan dan minuman (K-Food), tren mode pakaian (K-Fashion), bahkan hingga bahasa dan aksara Korea (Hangul). Menurut Nastiti (dalam Janah, 2014) budaya Korea berkembang begitu pesatnya hingga meluas dan diterima publik dunia, sampai menghasilkan sebuah fenomena demam budaya pop Korea. Hal tersebut juga dibuktikan dari hadirnya beberapa drama Korea yang pernah ditayangkan di salah satu stasiun televisi Indonesia seperti *Dae Jang Geum* (2003), *Full House* (2004), *Boys Before Flower* (2009), *49 Days* (2011), *The Heirs* (2013), *Descendant of The Sun* (2016), dan masih banyak yang lainnya. Berawal dari sebuah *soundtrack* di dalam drama Korea, para penonton biasanya juga turut mengenal K-Pop akibat menelusuri lebih jauh terkait musik pop Korea tersebut. Berdasarkan laporan resmi K-Pop

Twitter tahun 2020 juga menunjukkan bahwa Indonesia menjadi negara urutan pertama yang paling banyak mencuit tentang K-Pop di dalam sosial media Twitter, sehingga Indonesia menjadi salah satu negara yang memiliki fanbase K-Pop terbesar (Kompas, 2021).

Pulau Bali yang terkenal sebagai tempat destinasi wisata yang populer di dunia menyebabkan pengaruh global lebih mudah masuk ke wilayah Bali, sehingga Bali terkhususnya Kota Denpasar menjadi salah satu kota besar di Indonesia yang tidak luput dari pengaruh penyebaran budaya pop Korea ini. Hal tersebut juga dibuktikan melalui hadirnya komunitas penggemar budaya pop Korea di Kota Denpasar yang umumnya beranggotakan para remaja. Di dalam komunitas tersebut penggemar turut berpartisipasi dalam mendukung idolanya dan kerap melakukan *gathering* hingga menonton bersama yang dihadiri oleh sesama penggemar K-Pop. Melalui proses globalisasi, serta menyebarnya unsur-unsur budaya luar dapat menyebabkan terjadinya perubahan budaya pada pihak tuan rumah, termasuk gaya hidup masyarakatnya, terkhususnya kaum remaja penggemar budaya pop Korea ini. Gaya hidup konsumtif bisa dikatakan sebagai salah satu dampak dari terjadinya modernisasi dan globalisasi. Implikasi dari tingkat konsumerisme yang tinggi menyebabkan orang ketagihan untuk membeli bukan karena kebutuhan (*need*) mereka tetapi demi keinginan (*want*) mereka sendiri (Husain, 2009).

Menyebarnya budaya Korea sebagai fenomena globalisasi, tidak hanya dibarengi dengan mudahnya budaya lokal (grobalisasi), namun juga dibarengi dengan adanya penegasan akan budaya lokal (glokalisasi). Mengingat Bali memiliki kebudayaan yang terkenal dan digemari oleh banyak wisatawan di seluruh dunia dan adanya kebijakan pemerintah daerah Bali untuk melestarikan budaya Bali, maka idelanya (*das sollen*) kaum remaja tidak menggemari budaya asing secara menonjol. Meskipun demikian dalam kenyataannya (*das sein*) mereka sangat menggemari budaya pop Korea. Hal ini terlihat dari perilaku konsumtif remaja penggemar budaya pop Korea yang ditunjukkan melalui pembelian tiket konser sang idola, membeli album musik, poster, *photocard*, berbagai *merchandise* lainnya bahkan membuat *event-event* K-Pop seperti perayaan ulang tahun idolanya. Oleh karena itu, fenomena ini penting untuk dikaji mengingat konsumsi budaya asing dapat membentuk gaya hidup yang mengaburkan identitas konsumen serta meningkatkan gaya hidup konsumtif pada kalangan remaja.

LANDASAN TEORI

Penelitian ini menggunakan dua teori yaitu teori globalisasi milik Arjun Appadurai dan teori konsumerisme milik Jean Baudrillard. Berdasarkan teori globalisasi milik Appadurai (1996) (dalam Pujaastawa, 2017) menyatakan bahwa globalisasi dipengaruhi oleh pergerakan lima arus global yakni, 1) *ethnoscape*, mobilitas manusia antarnegara seperti turis dan kaum migran; 2) *technoscape*, menyebarnya teknologi ke berbagai negara; 3) *finanscape*, mengalirnya modal finansial melintasi batas-batas nasional; 4) *mediascape*, penyebaran informasi ke berbagai belahan dunia; 5) *ideoscape*, menyebarnya gerakan yang mengusung ideologi pencerahan (rasionalitas) Barat, seperti demokrasi, hak asasi manusia, lingkungan, keterbukaan, dan kesejahteraan. *Korean Wave* sebagai sebuah fenomena globalisasi juga memiliki kelima kategori yang dinyatakan Appadurai dan hal tersebut menjadi pengaruh remaja di Kota Denpasar dalam mengonsumsi budaya pop Korea.

Berdasarkan teori konsumerisme Baudrillard (dalam Misnawati, 2020) masyarakat konsumeris pada masa sekarang tidak didasarkan kepada kelasnya tetapi kepada kemampuan konsumsinya. Siapa pun bisa menjadi bagian dari kelompok apapun jika sanggup mengikuti pola konsumsi kelompok tersebut. Secara keseluruhan dalam teori ini Baudrillard menjelaskan bahwa yang

dikonsumsi oleh masyarakat konsumeris bukanlah kegunaan dari suatu produk melainkan citra atau pesan yang disampaikan produk tersebut. Selain itu, menurut Ritzer (dalam Baudrillard, 2004) konsumerisme bukan sekedar nafsu untuk membeli begitu banyak komoditas, melainkan memiliki fungsi kenikmatan, fungsi individual, pembebasan kebutuhan, pemuasan diri, kekayaan atau konsumsi objek. Keterangan teori tersebut sesuai dengan gaya hidup para remaja penggemar budaya pop Korea di Kota Denpasar yang memiliki sifat konsumtif saat menjalani berbagai aktivitas sebagai penggemar budaya pop Korea.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif interpretatif. Jenis dan sumber data dalam penelitian ini yaitu data kualitatif yang bersumber dari data primer (diperoleh dari hasil observasi dan wawancara kepada informan) dan data sekunder (diperoleh dari hasil studi kepustakaan dan studi dokumen yang berasal dari buku, jurnal, artikel ilmiah, dan lain sebagainya).

Teknik yang digunakan dalam menentukan informan adalah dengan menggunakan *purposive*. Menurut Sugiono (dalam statistikan.com, 2017) *Purposive* merupakan teknik pengambilan dan penarikan informan yang dilakukan dengan memilih informan berdasarkan kriteria-kriteria tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti dengan tujuan agar data yang diperoleh nantinya bersifat representatif. Informan dalam penelitian ini memiliki kriteria sebagai berikut, 1) merupakan remaja hingga dewasa akhir, 2) penggemar K-Pop yang tergabung dalam sebuah komunitas baik dalam dunia maya dan juga dunia nyata, 3) Kerap mengonsumsi produk-produk budaya pop Korea seperti drama, film, kosmetik, *fashion*, makanan, dan lain-lain, 4) umumnya pelajar yang belum memiliki penghasilan sendiri.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Faktor yang Memengaruhi Remaja Mengonsumsi Budaya Pop Korea

Budaya Pop Korea adalah budaya yang dinikmati dan diminati banyak orang yang berasal dari Korea Selatan. Mengglobalnya budaya pop Korea di seluruh dunia termasuk Indonesia dan terkhususnya Kota Denpasar, tentu saja disebabkan oleh adanya beberapa faktor yang memengaruhi. Faktor-faktor tersebut dianalisis berdasarkan teori globalisasi milik Arjun Appadurai dan dijabarkan sebagai berikut:

a. Mobilitas Spasial Antarnegara

Maraknya fenomena *Korean Wave* pada saat ini turut memberikan pengaruh kepada orang-orang termasuk masyarakat Indonesia untuk mengunjungi Korea Selatan. Tayangan drama Korea, film, hingga musik video K-Pop yang menampilkan keindahan Korea Selatan membuat para penonton terkhususnya para penggemar budaya pop Korea tertarik untuk mengunjungi negeri gingseng tersebut. Dirilis dari ceicdata.com per Juli tahun 2022 kunjungan wisatawan Indonesia ke Korea Selatan terdaftar sebanyak 476.970 wisatawan. Berlibur dan berwisata umumnya menjadi alasan utama mobilitas warga Negara Indonesia untuk mengunjungi Korea Selatan, sebab tak jarang tempat-tempat yang menjadi lokasi syuting baik drama, film, atau pun musik video K-Pop merupakan tempat wisata populer di Korea Selatan. Salah seorang informan penggemar budaya pop Korea di dalam penelitian ini mengaku pernah mengunjungi beberapa tempat wisata populer di Korea Selatan, diantaranya Seoul Tower/Namsan Tower, Bukcheon Hanok Village, K-Star Road, Myeongdong, Hongdae, dan masih banyak yang lainnya. Informan pertama kali

mengunjungi Korea Selatan di tahun 2014, dan jika di total informan mengatakan dirinya sudah mengunjungi Korea Selatan sebanyak 5 kali. Tidak hanya untuk berwisata, rupanya informan mengunjungi Korea Selatan dengan tujuan lain seperti bekerja dan juga berbisnis, sebab informan juga mengatakan dirinya memiliki bisnis perjalanan wisata. Jadi dapat dikatakan dari sekian banyak warga Negara Indonesia yang mengunjungi Korea Selatan, sebagian diantaranya tidak hanya memiliki tujuan untuk berwisata. Ada pula tujuan lain seperti alasan menempuh pendidikan, bekerja atau pun berbisnis yang menyebabkan terjadinya mobilitas spasial antarnegara dan hal ini bisa dikatakan menjadi pengaruh remaja di Kota Denpasar dalam mengonsumsi budaya pop Korea.

b. Teknologi Multimedia

Menyebarnya fenomena *Korean Wave* dan kepopuleran musik pop Korea tidak terlepas dari perkembangan teknologi multimedia (internet). Selain itu, juga terdapat pengaruh dari pemerintah Korea Selatan yang pada saat itu mengalami krisis keuangan sehingga dalam keadaan terpojok, para pelaku industri hiburan memutuskan untuk menjual film, pertunjukan televisi dan musik mereka ke seluruh Asia. Sedikit diantara mereka yang sadar mereka tengah menanam bibit kecanduan terhadap budaya pop Korea di regional (Hong, 2015). Sama hal nya seperti pernyataan informan, di mana informan mengatakan bahwa dirinya mengetahui budaya pop Korea seperti drama Korea, melalui tayangan di salah satu stasiun televisi Indonesia. Selain itu, informan lainnya juga mengatakan dirinya sekeluarga sengaja memasang saluran televisi asal Korea Selatan agar dapat menonton tayangan dari negeri gingseng tersebut. Pengaruh teknologi menyebabkan kegandrungan anak muda akan budaya pop Korea semakin meningkat, hal ini juga ditunjukkan oleh remaja penggemar budaya pop Korea di Kota Denpasar yang mengaku memiliki beberapa akun sosial media aktif seperti Instagram, youtube, twitter dan lain-lain yang digunakan untuk mencari berita terkini terkait idola kesukaannya. Selain berita terkait sang idola, para remaja penggemar budaya pop Korea juga kerap mencari konten yang berkaitan dengan budaya Korea dan Negara Korea Selatan, seperti konten-konten yang menjelaskan berita terkini di Korea Selatan, makanan Korea, make up ala Korea, kehidupan seseorang yang tinggal di Korea Selatan dan lain-lain.

c. Investasi Perusahaan Asing

Dilansir dari tempo.com pada tanggal 28 Juli 2022 diketahui bahwa presiden Indonesia Joko Widodo melakukan kunjungan ke Korea Selatan dan melakukan pertemuan dengan Presiden Republik Korea Selatan Yoon Suk Yeol di Kantor Kepresidenan Yongsan. Menurut Deputy Bidang Promosi Penanaman Modal Kementrian Investasi (BKPM) Nurul Ikhwan, terdapat beberapa perusahaan asing asal Korea Selatan yang berminat menanamkan modal di Indonesia antara lain: Posco, Lotte Chemical, LG Group, CJ Group, KCC Glass, LS Group, LX Holdings, Taekwang, GS E&C, dan Samsung Electronics. Selain berinvestasi dalam bidang manufaktur dan teknologinya, Korea Selatan juga memanfaatkan kepopuleran *Korean Wave* untuk berinvestasi melalui industri hiburannya. Contoh tersebut ditunjukkan oleh salah satu perusahaan agensi hiburan terbesar di Korea Selatan, yaitu SM Entertainment yang membuka kantor cabangnya di Indonesia. SM Entertainment merupakan agensi hiburan asal Korea Selatan yang didirikan oleh Lee Soo Man pada tahun 1995, di mana perusahaan ini juga menjadi pelopor menyebarnya K-Pop ke panggung global. Namun perlu diketahui fungsi dari kantor cabang SM Entertainment di Indonesia yaitu sebagai kantor perwakilan di mana apabila terdapat perusahaan televisi asal Indonesia yang ingin bekerja sama dengan artis dibawah naungan SM Entertainment dapat melakukan kerja sama dengan kantor ini (kompas.com, 2022). Pengaruh dari kehadiran cabang perusahaan agensi hiburan asal Korea Selatan menyebabkan beberapa anak muda di Indonesia

tak terkecuali remaja penggemar budaya pop Korea di Kota Denpasar tertarik untuk menjadi idola K-Pop terlebih lagi hal tersebut juga diperkuat dengan adanya audisi global.

d. **Ideologi Konsumerisme**

Dilansir dari cnbcindonesia.com menurut *Senior Research at Centre for Trade Studies and Cooperation Korean International Trade Association (KITA)* Kim Kyoung-hwa mengungkapkan beberapa hal yang membuat Korea Selatan memandang Indonesia sebagai rekan penting dalam investasi. Salah satunya dikarenakan basis konsumen domestik yang besar. Memanfaatkan kepopuleran budaya pop Korea, secara umum menjelaskan bahwa Korea Selatan memiliki ideologi tersendiri yang diharapkan menyebar secara global. Bagi orang Korea Selatan budaya populer Amerika dikatakan sebagai simbol kebebasan bagi Korea Selatan. Angkatan bersenjata Amerika memperkenalkan Korea Selatan kepada *rock 'n' roll*, *spam*, dan *bisbol* di mana bagi orang Korea Selatan hal tersebut identik dengan kebebasan (kebebasan dari Jepang dan juga komunisme). Sekarang giliran Korea, Korea menggunakan budaya populer sebagai cara untuk menciptakan sumber keuntungan baru, mempersatukan orang, dan menghasilkan produk yang bisa di ekspor untuk membantu menyebarkan budaya Korea secara global (Hong, 2015:100). Korea Selatan yang kagum dengan keuntungan Amerika Serikat melalui penjualan film nya dan kagum dengan Britania Raya melalui penjualan konser musiknya, memiliki ide dan menjadikan kedua negara tersebut sebagai patokan untuk menciptakan industri budaya populer Korea. Melalui *Korean Wave* Korea Selatan berhasil membawa produk budaya populernya ke dunia internasional. Berbagai produk budaya Korea mulai drama, film, musik, *fashion*, makanan, kosmetik hingga gaya hidup orang Korea mulai digandrungi banyak orang di seluruh dunia terutama anak muda. Hal tersebut paling terlihat melalui produk budaya musik populernya yang dikenal dengan K-Pop. Pada saat ini banyak anak muda tak terkecuali remaja di Kota Denpasar menggandrungi tarian dan juga musik K-Pop tersebut. Mereka melakukan *streaming* musik video, melakukan *dance cover* K-Pop dan mengunggahnya ke berbagai sosial media. Selain itu mereka juga membeli berbagai barang seperti album, *photocard*, *official merchandise* bahkan membeli tiket konser untuk menonton idolanya.

Gaya Hidup Remaja Penggemar Budaya Pop Korea

Gaya Hidup di artikan sebagai suatu hal berupa aktivitas, minat, dan opini seseorang dalam kehidupan sehari-harinya. Sebagai remaja penggemar budaya pop Korea, gaya hidup disini diartikan sebagai berbagai aktivitas, minat, dan opini para remaja penggemar budaya pop Korea dalam mengonsumsi budaya pop Korea tersebut. Berikut adalah berbagai aktivitas yang kerap dilakukan oleh remaja penggemar budaya pop Korea di Kota Denpasar,

a. ***Streaming* Lagu dan Musik Video Idola**

Streaming adalah kegiatan menikmati sebuah video dan audio secara langsung tanpa perlu melakukan pengunduhan terlebih dahulu, namun *streaming* dapat dilakukan bila tersambung dengan internet. Bagi remaja penggemar K-Pop *streaming* adalah kegiatan yang dilakukan oleh penggemar dalam menikmati musik, lagu, dan juga video idola kesukaannya. *Streaming* umumnya dilakukan saat idola mereka mengeluarkan lagu atau pun musik video klip yang baru dirilis. Kegiatan *streaming* umumnya dapat dilakukan melalui berbagai platform seperti Spotify, Bugs, Melon dan juga Youtube. Salah satu informan dalam penelitian ini mengaku pernah melakukan *streaming* selama satu bulan penuh di mana setiap harinya menonton dan mendengarkan lagu terbaru yang dirilis oleh idola kesukaannya.

b. **Membeli dan Mengoleksi *Merchandise***

Perkembangan budaya pop Korea menimbulkan sebuah hobi baru bagi para penggemar musik

K-Pop, di mana penggemar rata-rata suka membeli merchandise yang berkaitan dengan idolanya. Ada pun jenis-jenis *merchandise* yang umumnya dibeli oleh para penggemar antara lain, album, *photocard*, *lightstick*, poster, *t-shirt* dan lain-lain. Album merupakan salah satu merchandise yang paling sering dibeli oleh penggemar K-Pop. Album sendiri merupakan produk produksi dari agensi yang menaungi *boygroup* atau pun *girlgroup* tertentu, yang mana di dalam album terdapat *photobook*, *photocard*, *lyric book*, *postcard*, *sticker*, DVD/CD yang berisikan lagu serta wajah sang idola dan dijual berkisar Rp 300.000,00 – Rp 800.000,00. Meskipun terbilang memiliki harga yang cukup mahal, para remaja penggemar budaya pop Korea tetap membeli dan mengoleksi *merchandise* tersebut, dan hal itu juga dijelaskan oleh salah satu informan di mana dirinya melakukan kegiatan membeli dan mengoleksi *merchandise* sebab mampu menimbulkan sebuah kebahagiaan tersendiri sehingga informan juga mengartikan barang-barang koleksinya merupakan sesuatu yang berharga.



Gambar 1. Beberapa Koleksi *Merchandise* K-Pop Milik Informan
(Sumber: Dokumen Informan E, 2022)

c. Mengikuti Acara *Gathering* dan *Cup Sleeve Event*

Bagi penggemar K-Pop *gathering* diartikan sebagai sebuah kegiatan berkumpul bersama dengan teman-teman sesama pecinta budaya pop Korea, di mana dalam kegiatan ini penggemar umumnya menyewa sebuah kafe dan melakukan berbagai kegiatan seperti bermain *games*, menonton video idola K-Pop bersama, berkaraoke, hingga saling bertukar hadiah. Di sisi lain *cup sleeve event* juga merupakan salah satu bagian dari *gathering*, di mana dalam *cup sleeve event* para penggemar umumnya melakukan perayaan ulang tahun idolanya. Dilansir dari loket.com dalam kegiatan *cup sleeve event* para penggemar K-Pop akan membuat *event* K-Pop dan mencetak foto-foto atau logo idola mereka di sebuah *cup sleeve* yang biasa digunakan untuk memegang kopi. Bagi informan mengikuti kegiatan *gathering* dan *cup sleeve event* memiliki manfaat untuk dapat menambah teman baru sekaligus relasi baru, terlebih lagi di dalam acara tersebut para penggemar dapat berbagi informasi seputar idola yang mereka sukai sehingga penggemar merasa dekat dengan satu sama lainnya.



Gambar 2. Informan Saat Menghadiri Salah Satu Kegiatan *Gathering* Komunitas K-Pop
(Sumber: Dokumen Informan C, 2022)

d. Menonton Konser dan Mengikuti *Fansign*

Kepopuleran musik K-Pop yang mengglobal menyebabkan adanya penggemar yang tidak hanya berasal dari Korea Selatan namun juga sudah mencakup penggemar internasional yang berasal dari berbagai negara. Berdasarkan hal tersebut, kini agensi idola K-Pop turut mempertimbangkan kehadiran penggemar internasional sehingga agensi juga mempromosikan idola di bawah naungannya untuk mengadakan konser keliling dunia. Negara bagian Asia Tenggara seperti Indonesia, tidak luput dari sasaran agensi idola K-Pop untuk ikut serta melakukan promosi dan mendatangkan *boygroup* atau pun *girlgroup* ke Indonesia. Salah satu informan dalam penelitian ini mengatakan bahwa dirinya sudah sering menonton konser idola K-Pop, bahkan sejauh ini sudah sebanyak 6 kali menonton konser secara langsung. Kegiatan menonton konser sudah dilakukan sejak tahun 2012 di mana pada saat itu dirinya menjadi bagian dari penonton konser SM Town yang berjudul ‘SMTown Live World tour III’ dan ditahun-tahun berikutnya informan juga pernah menonton beberapa konser idola K-Pop lainnya seperti BTS, iKon, dan Ateez. Selain melalui konser, agar dapat melihat idolanya secara langsung para penggemar K-Pop juga mengenal salah satu kegiatan yang dinamakan *fansign*. *Fansign* adalah acara tanda tangan album yang diadakan oleh agensi idola K-Pop, di mana para penggemar yang menang undian akan mendapatkan undangan bisa bertemu langsung dengan sang idola. Namun perlu diketahui untuk mengikuti acara *fansign* tidak semudah untuk menonton konser, sebab kuota yang disediakan terbatas dan sistem yang digunakan menggunakan peluang dan juga keberuntungan. Informan menjelaskan bahwa penggemar yang ingin mengikuti *fansign* terkadang harus rela membeli banyak album bahkan hingga ratusan album agar bisa mendapatkan peluang yang lebih besar dan mendapatkan undian menghadiri *fansign* tersebut.

e. Menonton Film dan Drama Korea

Kemunculan fenomena *Korean Wave* di Indonesia justru bermula dari adanya drama Korea yang mulai di tayangkan oleh stasiun televisi Indonesia. Drama Korea sendiri juga sangat dinikmati oleh masyarakat Indonesia sebab memiliki berbagai *genre* di dalamnya seperti fantasi, komedi, melodrama, horror, thriller, misteri, saeguk (drama tema kerajaan) hingga drama bertemakan masa sekolah dan remaja. Informan mengatakan bahwa alasan dirinya menonton drama Korea dikarenakan populernya drama-drama tersebut sehingga membuat informan memiliki rasa penasaran dan juga ingin mengetahui alur cerita dari drama tersebut.

f. Mengonsumsi Makan dan Minuman Korea

Melalui tayangan drama Korea yang kerap menampilkan sang aktor dan aktris mengonsumsi makanan Korea menyebabkan kepopuleran hidangan asal negeri gingseng ini turut meningkat pesat. Pada saat ini bisa dikatakan di Indonesia dan tak terkecuali Bali banyak bertebaran restoran dan juga kafe yang menjual dan menyediakan makanan dan minuman Korea. Sebagai penggemar budaya pop Korea, para informan umumnya pernah mencicipi makanan Korea. Hal ini dilakukan informan dengan alasan ingin mengetahui rasa makanan Korea yang sering dilihatnya dalam tayangan drama Korea, atau pun melihat sang idola mengonsumsi makanan tersebut.

g. Menggunakan *Make Up* dan *Fashion* Korea

Wajah para aktor, aktris, dan idola K-Pop asal Korea yang ditampilkan dalam layar kaca terlihat sangat rupawan dan menawan, hal ini tentu saja memberikan kesan kepada siapa pun yang melihatnya akan mengatakan bahwa orang-orang Korea memiliki kulit yang bersih. Oleh sebab itu sebagian penggemar budaya pop Korea pada umumnya juga tertarik untuk mencoba *make up* atau pun *skincare* sebagai perawatan kulit. Selain itu faktor pendorong lainnya yakni terdapat pula beberapa idola K-Pop yang dijadikan *brand ambassador* dari merek *make up* dan *skincare* asal Korea, sehingga para penggemar merasa lebih tertarik lagi untuk mencobanya. Ketertarikan para penggemar budaya pop Korea tidak hanya berhenti pada produk kecantikannya saja, melainkan gaya berpakaian sang idola juga turut menjadi daya tarik bagi para penggemar K-Pop. Hal tersebut ditunjukkan oleh salah satu informan yang mengaku pernah membeli sebuah kaos dengan merek yang sama seperti yang digunakan oleh idolanya.



Gambar 3. Informan Mengenakan Baju yang Sama Seperti Idolanya
(Sumber: Dokumen Informan C, 2022)

h. Mempelajari Bahasa dan Budaya Korea

Sama seperti sebelumnya, makanan Korea yang dilihat melalui tayangan drama, kosmetik dan wajah rupawan para aktor dan aktris di dalam drama, bahkan hingga adat dan kebiasaan orang Korea juga turut ditayangkan dalam drama Korea. Terdapat beberapa kebiasaan orang Korea yang sering dilakukan sehari-hari seperti membungkuk saat melakukan salam dan menyapa, menaati aturan dan menghormati privasi orang untuk tidak mengambil foto secara sembarangan, menggunakan tata aturan berbicara, dikarenakan bahasa Korea memiliki tingkatan yang mengharuskan orang yang lebih muda untuk berbicara secara formal kepada yang lebih tua dan berbagai kebiasaan lainnya. Informan sebagai penggemar budaya pop Korea yang kerap mengonsumsi produk-produk budaya pop Korea tak jarang turut terpengaruh kebiasaan orang Korea pada umumnya. Hal ini diakui oleh salah satu informan yang mana dirinya mengatakan

sering menyelipkan bahasa Korea dalam kesehariannya saat berbicara dan juga memiliki kebiasaan membungkung saat memberikan salam seperti halnya yang dilakukan orang Korea.

KESIMPULAN

Berisi Mobilitas spasial antarnegara, teknologi multimedia seperti internet, investasi perusahaan asing yang dilakukan oleh agensi idola K-Pop di Indonesia, serta ideologi konsumerisme yang menyebabkan remaja penggemar budaya pop Korea menjadi konsumtif merupakan faktor-faktor yang memengaruhi para remaja di penggemar budaya pop Korea di Kota Denpasar mengonsumsi produk-produk budaya pop Korea yang menyebar melalui sebuah fenomena *Korean Wave*. Selain itu gaya hidup para remaja penggemar budaya pop Korea ini tercermin melalui kegiatan dan aktivitas mereka yang berkaitan dengan sang idola atau pun budaya pop Korea diantaranya, para remaja melakukan *streaming* lagu dan musik K-Pop, membeli dan mengoleksi *merchandise* K-Pop, mengikuti acara *gathering* dan *cup sleeve event*, menonton konser dan mengikuti *fansign*, menonton drama dan film Korea, mengonsumsi makanan dan minuman asal negeri gingseng tersebut, menggunakan *make up* dan *fashion* Korea, hingga mempelajari budaya dan bahasa Korea. Hal-hal di atas menunjukkan kecintaan dan kegemaran para remaja penggemar budaya pop Korea di Kota Denpasar terhadap budaya pop Korea.

DAFTAR REFERENSI

- Baudrillard, J.P. (2004). Masyarakat Konsumen. Kreasi Wacana
- CEIC Data. (2022). Korea Selatan Kunjungan Wisatawan per Juli 2022
- Hong, Eunhy. (2015). Korean Cool: Strategi Inovatif di Balik Ledakan Budaya Pop Korea. Bentang: Yogyakarta
- Husain, Wahyuni. 2009. Modernisasi dan Gaya Hidup. Al-Tajdid, Vol. 1 No. 2/Maret. ejournal.iainoalopo.ac.id
- Kompas.com. (2021). Benarkah Fans K-Pop Terbesar ada di Indonesia?. Dari <https://www.kompas.com/global/read/2021/06/26/193507970/benarkah-fans-kpop-terbesar-ada-di-indonesia> diakses pada 28 Desember 2022
- Kompas.com. (2019). SM Entertainment Buka Kantor Perwakilan di Indonesia, Apa Saja Isinya?. Dari <https://entertainment/read/2019/02/08/1810355310/sm-entertainment-buka-kantor-perwakilan-di-indonesia-apa-saja-isinya> diakses pada 28 Desember 2022
- Loket.com. (2022). Mau Bikin Event Anniversary Idol? Buat Event Cup Sleeve Aja!. Dari <https://www.loket.com/bloh/cara-membuat-event-cupsleeve> diakses pada 28 Desember 2022
- Pujaastawa. 2017. Pariwisata sebagai Representasi Globalisasi dan Budaya Posmodern. Pustaka Larasan. Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Udayana
- Simbar, Frulyndese. (2016). Fenomena Konsumsi Budaya Korea Pada Anak Muda Di Kota Manado. Jurnal Holistik, Tahun X No. 18 / Juli – Desember 2016
- Statistikan.com. (2017). Purposive Sampling – Pengertian, Tujuan, Contoh, Langkah, Rumus. Dari <https://www.statistikan.com/2017/06/penjelasan-teknik-purposive-sampling.html> diakses pada 28 Desember 2022
- Tempo.com. (2022). Bocoran 10 Investor Korea Selatan yang Minat Benamkan Investasi di RI, Apa Saja?. Dari <https://read/1620169/bocoran-10-investor-korea-selatan-yang-minat-benamkan-investasi-di-ri-apa-saja> diakses pada 28 Desember 2022